

10.2478/sectio-2013-0004

---

ANNALES  
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA  
LUBLIN-POLONIA

VOL. XXXVIII, 2

SECTIO I

2013

---

JAGODA JEZIOR

Kontekst relacji społecznych „pracodawcy – studenci”  
i „respondenci – ankieterzy” w sytuacji badań popytu na pracę

Context of Social Relations “Employers – Students” and “Respondents – Interviewers”  
in a Situation of Demand for Work Studies

WPROWADZENIE

Badania społeczne kierowane do pracodawców, których przedmiotem jest zapotrzebowanie na pracę osób z wyższym wykształceniem, są szczególnym obszarem pozyskiwania wiedzy. Wymagają zastosowania procedur poznawczych i metod zbierania danych w ramach danej dziedziny nauki, ale także podejścia interdyscyplinarnego. Ich celem jest nie tylko pozyskanie informacji, które budują wiedzę o charakterze naukowym, lecz i aplikacyjnym. Wyniki są wykorzystywane w realizacji polityk społecznych oraz działań w kierunku dopasowania systemu kształcenia do potrzeb gospodarki i rynku pracy<sup>1</sup>. Rozszerza to pole społecznej odpowiedzialności badaczy oraz konieczność wzmacniania wiarygodności przekazywanych danych poza standardowe zobowiązanie poprawności metodologicznej i warsztatowej. Jednak o specyficznym charakterze tych eksploracji przesądzają inne aspekty. Badania tego rodzaju uczestniczą w krytycznym kształtowaniu wiedzy wspólnej w społeczeństwie, w związku z funkcją poznawczą badań społecznych<sup>2</sup>. W tym przypadku istotne znaczenie mają również złożone relacje społeczne podmiotów uczestniczących w procesie badawczym. Strony

---

<sup>1</sup> W tym miejscu zostanie pominięty złożony problem dopasowywania kształcenia na wszystkich kierunkach studiów wyższych, zwłaszcza uniwersyteckich, do potrzeb gospodarki i rynku pracy.

<sup>2</sup> Stwierdzenie to nawiązuje do tez dotyczących procesów kreowania wiedzy wspólnej i wartości poznawczej badań społecznych przedstawionych w: J. Poleszczuk, *Publiczny status i wartość poznawcza badań społecznych*, [w:] A. Bąk, Ł. Kubisz-Muła (red.), *Metody, techniki i praktyka badań społecznych*, Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2009.

tego procesu – badający i badani – biorą w nim udział w ramach różnych ról społecznych i zawodowych. Przedmiot badań i ich problematyka określają bowiem jeden z głównych obszarów aktywności ludzkiej – sferę pracy, a zadania dotyczą zagadnień, które w innych okolicznościach opisywałyby nie proces badawczy, ale wymianę wartości na rynku pracy. Sytuacja zbierania danych w badaniach opartych na technikach zadawania pytań ma bez wątpienia charakter społeczny. Analiza badań pracodawców, zrealizowanych przez uczelnię, w których rolę ankietów pełnili studenci, pozwala spojrzeć na reguły postępowania badawczego dodatkowo z innej perspektywy. Powstaje pytanie: czy w wypadku tego typu badań występują jakieś szczególne okoliczności, które mogą oddziaływać na ich przebieg i na zachowania uczestników oraz decydować o rezultatach? Procedura ta nawiązuje do kluczowego problemu wartości poznawczej i społecznej badań empirycznych. Jako podstawa analizy posłuży materiał pochodzący z kilku projektów empirycznych wykonanych przez autorkę w latach 1998–2010 na terenie Lublina i województwa lubelskiego wśród studentów i pracodawców<sup>3</sup>.

### PRZEDMIOT ANALIZY I JEJ CELE

Problematyka prezentowanych badań obejmuje szeroko rozumianą sferę pracy i rynku pracy, jednak ich cele miały nie tylko charakter opisowy i wyjaśniający, ale też metodologiczny. Badania adresowane do studentów (1998, 2000–2001) dotyczyły m.in. aspiracji edukacyjnych i zawodowych, opinii na temat rynku pracy i funkcjonowania wyższych uczelni. Jednym z zasadniczych celów czterech edycji badań skierowanych do pracodawców (2001–2010) był opis potrzeb kadrowych i oczekiwań wobec pracowników z wyższym wykształceniem. Wspólne podstawy teoretyczne i elementy koncepcji badawczych, założenia metodologiczne i replikacja zbioru wskaźników stworzyły możliwości przeprowadzenia analizy porównawczej w zakresie charakterystyki zjawisk, czynników warunkujących zmienność, wpływu budowy wskaźników i narzędzi pomiaru na uzyskane rezultaty. W pewnych obszarach zaprezentowane podejście zawiera zadania metaanalizy wyników badań pierwotnych, ponieważ obejmuje kilka projektów, obserwuje zastosowane techniki badawcze, wskaźniki i miary ogólne, ocenia osiągnięte efekty. Jednakże akcent został położony na uwarunkowania zachowań respondentów w sytuacji zbierania danych, na czynniki znaczące w kształtowaniu przekazu. Poza koncentracją uwagi na treściach informacji, na wymiarze substancywnym, na tym, „co zostało powiedziane”, wraz z kolejnymi etapami pracy badawczej coraz większego znaczenia nabierało zestawienie efektów poszczególnych edycji,

<sup>3</sup> Projekty wykonano w ramach badań własnych i statutowych Instytutu Socjologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (dalej: IS UMCS) oraz grantu indywidualnego przyznanego przez Prorektora UMCS ds. Badań Naukowych i Współpracy z Zagranicą.

by sprawdzić zależności między wieloma kategoriami zmiennych w celu weryfikacji hipotez kierujących poszukiwania na determinanty treści: „dlaczego coś zostało powiedziane”. W przypadku badań pracodawców tego rodzaju działania są na ogół pomijane, chyba że ich adresatami są przedsiębiorcy.

Prezentowane eksploracje oparto na technikach zadawania pytań, posiadających wyższy stopień standaryzacji (ankiety audytoryjne, wywiady kwestionariuszowe, ankiety roznoszone). W sensie technicznym badania miały ilościowy charakter, chociaż narzędzia zawierały także pytania otwarte, służące wypełnieniu kontinuum badawczego. Ponadstandardowym zadaniem ankieterów – studentów socjologii – była rejestracja przebiegu badań w terenie, w tym opis reakcji i komentarzy respondentów, do czego posłużyły karty ankietera i sprawozdania z pracy w terenie. Wartością dodaną miało być budowanie pozytywnych relacji uczelni (UMCS) z otoczeniem społeczno-gospodarczym i instytucjonalnym, jak też nabywanie umiejętności zawodowych przez studentów uczestniczących w procesie badawczym.

Autorzy badań kierowanych do różnych kategorii podmiotów rynku pracy, zwłaszcza do pracodawców, tak jak w wypadku większości przedsięwzięć empirycznych realizowanych w terenie i opartych na technikach interogatywnych, muszą liczyć się z wielowymiarowymi uwarunkowaniami sytuacji zbierania danych. Henryk Domański podkreśla, że wiele z nich, w tym kwestie wpływu ankieterskiego, należą do trudnych do zoperacjonalizowania i pomiaru, nawet w szczegółowo zaplanowanych eksperymentach metodologicznych<sup>4</sup>. Na podstawie analiz statystycznych wykonanych w zbiorach kilkudziesięciu zmiennych autor wykazał istotny statystycznie związek między cechami ankieterów a odpowiedziami udzielonymi przez respondentów na temat udziału w wyborach parlamentarnych i przekonaniach politycznych. Losowy dobór próby i zastosowanie standaryzowanych narzędzi wzmocniło wnioski o występowaniu wpływu ankieterskiego<sup>5</sup>. Oddziaływanie czynników charakteryzujących rolę ankieterów i rolę respondentów ujawnia się szczególnie w przypadku wywiadów. Krystyna Lutyńska przeprowadziła analizę uwarunkowań realizacji wywiadu kwestionariuszowego jako rodzaju interakcji, w której biorą udział nie tylko ankieterzy i respondenci, ale nierzadko też towarzyszące im osoby trzecie. Punktem wyjścia stało się założenie, że „[...] zachowania i postawy wszystkich partnerów tej interakcji są uwarunkowane kulturowo i ściśle związane ze środowiskami społeczno-kulturowo-lokalnymi, w których przeprowadza się badania. [...] w różnych środowiskach odmiennie zachowują się ankieterzy,

<sup>4</sup> H. Domański, *Wpływ ankieterów na postawy wyborcze. Wybory parlamentarne w Polsce w 1997 roku*, [w:] H. Domański, K. Lutyńska, A.W. Rostocki (red.), *Spojrzenie na metodę. Studia z metodologii badań socjologicznych*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 1999, s. 16 i n. Autor wskazuje, że jedną z najczęściej stosowanych zasad analizy związków między cechami ankieterów a odpowiedziami respondentów są kryteria ilościowe i analiza istotnych statystycznie zależności.

<sup>5</sup> *Ibidem*, s. 18–28.

a respondenci i ich rodziny (osoby trzecie) różnie reagują i traktują sytuację wywiadu<sup>6</sup>. Autorka konkluduje, że uzyskane w czasie wywiadów (sondażu) opinie i informacje o faktach posiadają odmienną „genezę” kulturową i psychologiczną, co skłania do refleksji nad wartością otrzymywanych danych<sup>7</sup>. Antoni Sułek podkreśla z kolei, że również stereotypy, przekonania i interesy badacza mogą wpływać na jego zachowania i zachowania badanych, a w rezultacie na uzyskane dane<sup>8</sup>. Powstają relacje, których wielowymiarowe konsekwencje są w różnym stopniu uświadamiane przez badaczy, lecz niezwykle trudne do jednoznacznej oceny.

Projekty skierowane do pracodawców z lubelskiego zrealizowano z zastosowaniem techniki ankiety roznoszonej, z elementami nadzoru ankietera. Wyjątkiem była pierwsza edycja (2001), kiedy posłużono się techniką wywiadu kwestionariuszowego<sup>9</sup>. Pomimo wykonania badań pilotażowych i wnikliwej pracy zespołowej nad narzędziem, poczynione obserwacje oraz uzyskane wyniki skłoniły do modyfikacji koncepcji i procedur. Istotne znaczenie miały też zmieniające się warunki na rynku pracy, ponieważ drugą edycję zrealizowano już w latach 2005–2006. Zmniejszony został zakres przedmiotu badań, ograniczono liczbę wskaźników i pytań kwestionariuszowych, zrezygnowano ze skomplikowanych pytań oraz tych, które budziły kontrowersje w podmiotach gospodarki (np. o sytuację ekonomiczną firm). W celu usprawnienia procesu realizacji zmieniono technikę z wywiadu kwestionariuszowego na ankietę, co wynikało z oczekiwań respondentów<sup>10</sup>. Sytuacje zbierania danych nie spełniały więc typowych warunków analizy wpływu ankietarskiego. Jednak wymienione przykłady czynników istotnych w procesie zbierania danych i zadania tego opracowania łączy podejście typowe dla kierunku metodologii badań społecznych, określanego jako empiryczna metodologia. W tym przypadku jest to nurt analizy badań skoncentrowanej na obserwacji „metod w działaniu”, na ustalaniu procedur i warunków ich stosowania, badaniu zależności między stosowanymi narzędziami a uzyskanymi wynikami,

---

<sup>6</sup> K. Lutyńska, *Ankieterzy, respondenci, osoby trzecie. Kulturowo-społeczne uwarunkowania zachowań i postaw uczestników wywiadów kwestionariuszowych*, [w:] H. Domański, K. Lutyńska, A.W. Rostocki (red.), *op. cit.*, s. 31–32.

<sup>7</sup> *Ibidem*, s. 45.

<sup>8</sup> A. Sułek, *Ogród metodologii socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002, s. 137.

<sup>9</sup> Pierwsza edycja objęła 410 podmiotów. Pozostałe edycje oparto na próbach nielosowych. Drugą edycję wykonano w latach 2005–2006 (602 podmioty); trzecią okresie 2007–2008 (254), a czwartą w 2010 r. (169). Przeciętnie 30% badanych jednostek było zlokalizowanych w Lublinie, pozostałe na terenie województwa lubelskiego (w tym w stolicach dawnych województw: Białej Podlaskiej, Chełmie, Zamościu). Ostatnie z badań wykonano w Lublinie. Zadania związane z pracą w terenie zrealizowano w ramach prowadzonych przez autorkę zajęć dydaktycznych w IS UMCS (Terenowe ćwiczenia badawcze).

<sup>10</sup> Już w I edycji zdarzało się, że wymagano pozostawienia kwestionariusza do wypełnienia przez respondenta w innym czasie (powody: brak czasu, obowiązki służbowe, chęć sprawdzenia podawanych informacji, itp.).

sprawdzeniu sposobów realizacji badań sondażowych i efektów używania różnych form pytań kwestionariuszowych<sup>11</sup>. Badania tego rodzaju nabierają szczególnej wagi w dobie „szybkich sondaży społecznych” i coraz szerszego zakresu wykorzystywania ich wyników w polityce społeczno-ekonomicznej oraz w rozwiązywaniu ważkich problemów społecznych. Wpisują się w studia empiryczne poświęcone procesowi badawczemu, analizowanemu pod kątem przetwarzania informacji. Sulek podkreśla, że w badaniach sondażowych osoba badana jest postrzegana jako układ przetwarzający informacje (posiadane i otrzymane przez badacza), natomiast proces „pytanie – odpowiedź” jest analizowany w kategoriach zadań typu: interpretacja pytania, przypomnienie sobie czegoś lub wytworzenie opinii, sformułowanie odpowiedzi „w języku badania” i przekazanie komunikatu np. ankieterowi czy w postaci zapisu w kwestionariuszu<sup>12</sup>.

Jak zaznaczono, badania pracodawców stanowią część cyklu projektów autorki na temat pracy i rynku pracy w województwie lubelskim, który realizuje potrzeby poznawczo-naukowe. Jednak powstał on również dla celów praktyki, rozwiązania problemów młodych wykształconych ludzi wchodzących na rynek pracy. Okazało się, że w literaturze przedmiotu występują niedobory informacji na temat właściwości popytu na pracę, uzyskane bezpośrednio od pracodawców. Tego rodzaju badania oceniono więc jako niezbędne w procesie formowania strategii zawodowych studiującej młodzieży i opracowania programów kształcenia w uczelniach uwzględniających potrzeby gospodarki i rynku pracy. Społeczne znaczenie badań kierowanych do pracodawców uzasadnia i legitymizuje krytyczną analizę metodologiczną, wpisując ją w obszar działań prowadzących do dobrych praktyk oraz wzorców postępowania w procesie projektowania i realizacji badań empirycznych.

Przedmiot badań odwoływał się do społeczno-kulturowego kontekstu kształtowania motywacji, decyzji i działań, ale i do realiów rynku pracy, w tym do relacji wymiany wartości między pracodawcami i pracownikami. Powstał układ czynników, który można rozpatrywać w kilku przekrojach. Pierwszy to wpływ podzielanych w społeczeństwie elementów łańcuchów aksjonormatywnych na kryteria wartościowania wyższego wykształcenia i ogólnie kwalifikacji zawodowych (kultura jako zmienna niezależna). Drugi to sytuacja przekazywania informacji „w imieniu firmy”, czyli problem odwzorowania w odpowiedziach respondentów elementów kultury organizacyjnej podmiotów gospodarki i działań kadrowych, kryteriów oceny i doboru pracowników. Elementem powiązaniem jest zasób wiedzy posiadanej przez badane osoby. Trzeci to autocenzura, łącząca się z kreowaniem wizerunku firmy na zewnątrz i z „filtrem” własnej pozycji w firmie. Czwarty wynika ze specyfiki przedmiotu badań, którego treść i podstawy opera-

<sup>11</sup> A. Sulek, *op. cit.*, s. 18–19.

<sup>12</sup> *Ibidem*, s. 19.

cyjnalizacji w dużej mierze dotyczyły „studentów-ankieterów”. Podawane informacje obejmowały ocenę sytuacji absolwentów szkół wyższych na rynku pracy i zasobów, jakimi dysponują kandydaci do pracy, ale również systemu edukacji. W ten sposób studenci występowali nie tylko w roli ankieterów, ale i reprezentantów instytucji kształcenia, w tym konkretnej uczelni realizującej badania, jak też w roli „obiektów” formowanych opinii czy potencjalnych podmiotów wymiany rynkowej. W takim ujęciu i tak dość złożone odpowiedzi na pytania – co stanowi przedmiot badań pracodawców i jednostkę analizy, czyje wypowiedzi i przekonania stanowią podstawę rozważań oraz interpretacji – są uwikłane w szczególne konteksty sytuacji badawczej. Podjęte zadanie polega na analizie znaczenia tych aspektów w toku realizacji procesu badawczego i dla uzyskanych rezultatów.

### OSOBLIWOŚCI BADAŃ PRACODAWCÓW

Rynek pracy jako instytucja życia społecznego<sup>13</sup> stanowi obszar spotkania i wymiany wartości między pracodawcami oferującymi miejsca zatrudnienia i zarobku, a pracobiorcami oferującymi posiadane zasoby (wykształcenie i przygotowanie zawodowe, umiejętności wykonywania pracy i gotowość jej świadczenia). Pomijając złożoność sytuacji na rynku pracy i mechanizmów jego funkcjonowania, można przyjąć, że obie strony tej relacji są zorientowane na zaspokajanie własnych potrzeb, a wymieniane wartości mają znaczenie nie tylko z punktu widzenia partykularnych interesów, ale również z powodu ich rangi w życiu społecznym.

Popyt na pracę jest na ogół definiowany jako zapotrzebowanie i w jakimś stopniu chłonność gospodarki na potencjał ludzi zdolnych do pracy<sup>14</sup>. Badania pracodawców, ich potrzeb kadrowych i oczekiwań wobec kandydatów do pracy są uważane za niezwykle ważne źródło informacji na temat popytu na pracę<sup>15</sup>, przypisuje się im również wiele funkcji poznawczych. Służą one nie tylko określaniu cech jakościowych popytu, ale nawet jako podstawa charakterystyki wymiarów ilościowych. Najczęściej wybierane przez respondentów odpowiedzi w pytaniach zamkniętych lub skategoryzowane *ex post* wypowiedzi w pytaniach otwartych są traktowane jako wskaźniki popytu<sup>16</sup>. Trzeba jednak podkreślić, że badania praco-

<sup>13</sup> Koncepcję rynku pracy jako instytucji życia społecznego prezentuje W. Kozek, *Praca w warunkach zmian rynkowych. Wybrane zagadnienia*, Scholar, Warszawa 1994.

<sup>14</sup> J. Meller, *Popytowa strona rynku pracy oraz jej podmioty*, [w:] *Współczesne tendencje w zarządzaniu zasobami pracy. Materiały z międzynarodowej konferencji zorganizowanej przez Katedrę Zarządzania Zasobami Pracy Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków 1997, s. 40–41.

<sup>15</sup> A. Buchner-Jeziorska, *Szkolnictwo wyższe a rynek pracy w Polsce lat dziewięćdziesiątych – w świetle oczekiwań pracodawców*, [w:] A. Buchner-Jeziorska, B. Minkiewicz, A. Osterczuk-Kozińska (red.), *Studia wyższe – szansa na sukces?*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 1998, s. 55–56.

<sup>16</sup> A. Kurowska, *Wskaźniki społeczne w polityce społecznej. Historia, teoria i zastosowanie w praktyce*, Difin SA, Warszawa 2011, s. 316.

dawców są prowadzone relatywnie rzadko, głównie z powodu problemów realizacji prób losowych i reprezentatywnych, jak również czasochłonności i kosztów przedsięwzięć wykonywanych na rozległych obszarach. Decyduje to o wyraźnym deficycie wiedzy. Uważa się nawet, że jedną z największych trudności jest ustalenie wiarygodnego źródła informacji dotyczących wolnych miejsc pracy<sup>17</sup>. Być może z tego względu ich wyniki są w mniejszym zakresie weryfikowane, a raz uzyskane rezultaty nadmiernie eksploatowane. Brakowi krytycznej oceny metodologicznej projektów oraz wartości poznawczej towarzyszy nie zawsze uprawniona ekstrapolacja wyników i wniosków. Poza wszystkim odpowiedź na pytanie, w jakim stopniu badania pracodawców można uznać za badania popytu na pracę, nie jest oczywista. Dyskusyjne jest określenie przedmiotu badań tak w stosunku do jednostek analizy i jednostek doboru prób badawczych, jak i zasad generowania rekomendacji.

Pierwsza kwestia to nieostrość konstruktów *pracodawca*, która występuje w większości przypadków badań społecznych. W ogólnym rozumieniu kategoria ta jest najczęściej określana jako „[...] jednostka organizacyjna (choćby nie miała osobowości prawnej) lub osoba fizyczna; jednostka, która zatrudnia pracowników”<sup>18</sup>. Wyrażenie *pracodawca* może się jednak wydawać niezgodne z faktem reprezentowania strony popytu na pracę, podobnie jak wyrażenie *pracobiorca*, które jest przypisywane stronie podaży. Pojawiają się dylematy związane z charakterem pojęcia i kwestiami, czy pracodawca „daje” pracę, czy „korzysta” z pracy ludzi, co definiuje aspekt formalny roli, kogo identyfikuje funkcja wymiany na rynku pracy? Wobec zastosowanych rozróżnień byłoby to raczej miejsce pracy (zatrudnienia, zarobkowania). Analiza publikacji opisujących wyniki „badań pracodawców” wskazuje, że pojęcia *pracodawcy* i *firmy* (przedsiębiorstwa, instytucji, zakładu pracy) są łączone, ale też stosowane zamiennie. Niekiedy autorzy wprowadzają do tego zakresu pojęcie *przedsiębiorcy*, co nie zawsze jest konsekwentne w stosunku do struktury formalno-prawnej i własnościowej objętych badaniami podmiotów. W ujęciach socjologicznych występuje kategoria *zakładu pracy* rozumiana jako wyodrębniona jednostka organizacyjna (i system społeczny), która zatrudnia pracowników i funkcjonuje na zasadach określających jej powstanie oraz działania<sup>19</sup>.

Implikuje to drugi problem – poziomu jednostek analizy i identyfikacji obiektów, których cechy są poddawane pomiarowi. W badaniach pracodawców kluczowego znaczenia nabiera charakterystyka podmiotów gospodarki i udział tych czynników w profilowaniu uzyskanych danych. Wydaje się to oczywiste,

<sup>17</sup> E. Kryńska, *Niedopasowania podaży i popytu na pracę w Polsce*, [w:] E. Kryńska (red.), *Polski rynek pracy – niedopasowania strukturalne*, IPiSS, Warszawa 2004, s. 17.

<sup>18</sup> J. Meller, *op. cit.*, s. 43–44.

<sup>19</sup> J. Sikora, *Zakład pracy jako system społeczny*, [w:] M. Przedpelski, A. Wesołowski (red.), *Funkcja społeczna przedsiębiorstwa: prace Instytutu Polityki Społecznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 1984, s. 7 i n.

a problemy doboru i realizacji prób badawczych oraz reprezentatywności są często poruszane w opracowaniach metodologicznych czy empirycznych. Jednak i pod tym względem te badania są specyficzne. Występują trudności realizacji licznych i rozproszonych terytorialnie prób, a uzupełnianie braków danych stwarza wiele problemów natury formalnej i technicznej. Wypada podać, że pierwszą edycję przedmiotowych badań z województwa lubelskiego zrealizowano na próbie losowej wykonanej przez Urząd Statystyczny w Lubinie (z rejestru REGON), a podobnego typu próbę pobrano w 2002 r. w badaniach przedsiębiorców. W kolejnych edycjach zastosowano dobór nielosowy. Rezygnacja z prób losowych wynikała z ogromnych problemów w ich realizacji (np. nieaktualne dane, błędy adresowe, odmowy udziału odpowiedzi). Poziom wykonania prób pobranych, pomimo wielokrotnego wizytowania wylosowanych jednostek przez ankieterów i nawiązywania kontaktu telefonicznego czy drogą e-mail, oscylował wokół 40%<sup>20</sup>. Poza wszystkim założonym zadaniem badań było dotarcie do małych i średnich podmiotów, tak z racji struktury firm w województwie, jak i z powodu ich definicji jako „nadziei rynku pracy”. Ostatecznie w zbiorowości zbadanych jednostek przeważały małe firmy liczące od 10 do 49 pracujących osób (P01 – 45,4%; P06 – 52,5%; P08 – 54,2%; P10 – 24,7%)<sup>21</sup> i średnie – liczące od 50 do 249 pracujących (P01 – 38,6%; P06 – 36,0%; P08 – 31,1%; P10 – 4,3%). W zdecydowanej mniejszości były duże podmioty, powyżej 250 pracowników (P01 – 9,6%; P06 – 9,1%; P08 – 11,0%; P10 – 1,8%) i mikroprzedsiębiorstwa posiadające do 9 pracowników, z wyjątkiem ostatniej edycji (P01 – 6,4%; P06 – 2,4%; P08 – 3,7%; P10 – 69,2%)<sup>22</sup>. Najliczniej reprezentowane działy gospodarki to: oświata i wychowanie, handel, administracja państwowa (w tym administracja samorządowa) i wymiar sprawiedliwości, finanse i ubezpieczenia, przemysł i budownictwo, ochrona zdrowia i opieka społeczna<sup>23</sup>. Próby nie spełniały warunków reprezentatywności, co nie przekreśla możliwości analizy powiązań. Należy podkreślić, że zmienne typu: wielkość podmiotu, forma własności, branża, żywotność rynkowa, były statystycznie powiązane. Wykazywały też zależność ze zmiennymi opisującymi potrzeby kadrowe, oczekiwania wobec pracowników z wyższym wykształceniem czy działania na rynku, jak i ze zmien-

<sup>20</sup> Problemy w realizacji prób w podmiotach gospodarki sygnalizuje wielu badaczy, występują one nawet w przypadku projektów GUS.

<sup>21</sup> Skrót: P01 – I edycja badań z 2001 r.; P06 – II edycja z lat 2005–2006; P08 – III edycja z lat 2007–2008, P10 – IV edycja z 2010 r. W tabelach jest podawany rok zakończenia pracy badawczej w terenie.

<sup>22</sup> Nie odwzorowuje to struktury podmiotów gospodarki w województwie, gdzie ponad 90% to podmioty, w których pracuje do 9 osób. Większość z nich to firmy jednoosobowe (wyłącznie samozatrudnienie) i zatrudniające co najwyżej 2–3 pracowników). Do kategorii mikroprzedsiębiorstw skierowano IV edycję badań (2010 r.). Badania w tej kategorii podmiotów autorka wykonała też w latach 2002–2003 i w 2011 r.

<sup>23</sup> W 2010 r. przeważał handel i usługi.



nymi opisującymi samych respondentów. Wymienione reguły, które w różnym stopniu dotyczą większości projektów kierowanych do pracodawców, skłaniają do ostrożności w interpretacji wyników, zwłaszcza w procedurach skoncentrowanych na frakcjach procentowych wypowiedzi, agregowaniu danych i uogólnianiu na wzór źródeł statystycznych. Warto też zwrócić uwagę na inny aspekt. Do prób badawczych weszło wiele instytucji znaczących w układzie społecznym i lokalnym, urzędów, jednostek samorządowych, szkół<sup>24</sup>. Zapewne stało się tak z racji charakteru i przedmiotu ich działalności, związanego z ogólnie pojmowaną sferą życia publicznego, a w efekcie z powodu większej otwartości na tego typu inicjatywy, jakimi są badania społeczne, zwłaszcza wykonywane przez przedstawicieli największej uczelni w regionie. Jednak charakter tych jednostek zwiększał też prawdopodobieństwo zatrudniania osób z wyższym wykształceniem, co również miało udział w profilowaniu prób badawczych.

Trzecia kwestia to fakt, że podmiot gospodarki – pracodawca, do którego udaje się student (potencjalny stażysta, pracownik) w imieniu instytucji kształcenia, by pozyskać informację na temat zapotrzebowania na pracowników z wyższym wykształceniem – to konstrukcja w jakimś sensie umowna. Bez konkretnych ludzi i ich działań, polegających chociażby na udostępnieniu dokumentów, pozostaje się w konwencji nazwy, elementu w rejestrze REGON, itp. Tyle tylko, że konkretni ludzie, do których zostanie skierowana próba o udział w badaniach i udzielenie odpowiedzi, z pewnością nie znajdują się w sytuacji neutralnej, muszą wejść w pewną konwencję. Już sama zgoda i decyzja o wytypowaniu respondenta mają istotne znaczenie, formują też próbę badawczą. Następnie zaprezentowane stanowisko, nawet wyrażone w standaryzowanym narzędziu, z dążeniem do obiektywizacji, opiera się na jakichś elementach subiektywnych ocen i interpretacji, jak również mniej czy bardziej uświadamianych uproszczeń i zniekształceń. Ponadto poza autocenzurą przekazywania danych na temat firmy na zewnątrz występuje intencja komunikatu. Bodźcem jej kierowania może być społeczna dyskusja na temat dopasowania systemu kształcenia do potrzeb rynku pracy, swoście pojęta misja mentora, doświadczenia związane z zatrudnianiem absolwentów uczelni, sytuacja firmy, itp. Przy tym niektórzy respondenci, wszak zatrudnieni w charakterze pracowników najemnych, wypowiadają się o własnym pracodawcy. Poza wszystkim poruszane w tego typu badaniach problemy stanowią obszar działania podmiotów gospodarki, instytucji edukacyjnych, pracodawców i pracobiorców. W sytuacji zbierania danych dla respondentów i ankieterów są to objekty pytań i rejestrowania odpowiedzi. Jednakże w tle znajduje się pole realizacji ich własnych strategii społeczno-zawodowych i rynkowych.

Lektura publikacji relacjonujących wyniki badań pracodawców wskazuje na niedobory informacji o stosowanych procedurach, a zwłaszcza o zasadach doboru

<sup>24</sup> W porównaniu z firmami prywatnymi rzadziej odmawiano udziału w badaniach.

respondentów i cechach tych osób<sup>25</sup>. Charakterystyczny jest brak precyzji w opisie respondentów, a nawet możliwości jakiegokolwiek ich identyfikacji, niekonsekwencja w nazywaniu technik zbierania danych, jak też tendencja pomijania istotnych informacji metodologicznych. Rzecz jasna nie można przesądzać, że badania nie spełniają wymogów wzorca badań surveyowych, ponieważ przyczyny form publikacji bywają złożone<sup>26</sup>. Jest też prawdopodobne, że część badaczy staje przed dylematem, na ile otwarcie prezentować problemy związane z realizacją badań i źródła ewentualnych błędów na drodze do osiągnięcia celów przedsięwzięć empirycznych, pochłaniających wiele pracy, czasu i środków finansowych. Tego rodzaju zabieg może wywołać przekonanie, że tym samym podważa się wartość metodologiczną i poznawczą badań, a w konsekwencji – wiarygodność wyników. Warto podkreślić, że w przypadku badań prowadzonych w podmiotach gospodarki występują liczne uwarunkowania zewnętrzne procesu badawczego, na które wykonawcy nie mają wpływu bądź jest on ograniczony, a które ważą na efektach ich pracy.

W przedmiotowych badaniach z lubelskiego przyjęto zasadę, by respondentami były osoby decyzyjne i odpowiedzialne za działania kadrowe, ze wskazaniem na właścicieli, członków zarządu, kadre kierowniczą. W praktyce to w firmie typowano respondentów i najczęściej była to arbitralna decyzja, niepodlegająca negocjacom, a jej przyjęcie było warunkiem możliwości zrealizowania badań. Ostatecznie respondentami były osoby pełniące funkcje zarządzające i kierownicze, w tym prezesi, dyrektorzy, właściciele (P01 – 36,6%; P06 – 33,6%; P08 – 28,7%; P10 – 46,2%) oraz kierownicy, głównie działów personalnych

<sup>25</sup> Można wskazać nieliczne przykłady precyzowania tych informacji albo przynajmniej możliwości ich wyszukania w publikacjach, np.: J. Gardawski, *Powracająca klasa. Sektor prywatny w III Rzeczypospolitej*, IFiS PAN, Warszawa 2001, s. 185 i n.; W. Kozek, P. Mielczarek, *Opinie przedsiębiorców sektora MSP o prowadzeniu działalności gospodarczej*, Polska Fundacja Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Warszawa 2000, s. 9–16; E. Kryńska, *op. cit.*, s. 33–35. W badaniach pracodawców respondenci są na ogół określane jako: pracodawcy, przedstawiciele pracodawców, przedstawiciele przedsiębiorstw, np.: E. Drogosz-Zabłocka, *Współpraca szkół i przedsiębiorstw – zasady, formy i zakres współpracy*, [w:] U. Jeruszka (red.), *Optymalizacja kształcenia zawodowego z punktu widzenia potrzeb rynku pracy*, IPISS, Warszawa 2002, s. 146; I. Kukulak-Dolata, *Niedopasowania strukturalne na regionalnym rynku pracy. Studium przypadku województwa śląskiego*, [w:] E. Kryńska (red.), *op. cit.*, s. 61–63; E. Kryńska, *Wprowadzenie*, [w:] E. Kryńska (red.), *Kapitał ludzki w małych i średnich przedsiębiorstwach – przystosowania do technologii informatycznych. Wyniki badań empirycznych*, IPISS, Warszawa 2007, s. 7–9; J. Żurawska, *Badania potrzeb pracodawców w kontekście oferty systemu edukacji na poziomie średnim i wyższym*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji, Opole 2009, s. 127; *Potrzeby i oczekiwania pracodawców w województwie lubelskim. Raport końcowy z badań 2012*, Lublin: Wojewódzki Urząd Pracy.

<sup>26</sup> Problemy oceny podejść stosowanych w badaniach sondażowych i ich zgodności z wymogami normatywnego wzorca omawia J. Lisek-Michalska, *Akademickie i pozaakademickie podejście do sondażowych badań opinii publicznej w Polsce*, [w:] H. Domański, K. Lutyńska, A.W. Rostocki (red.), *op. cit.*

(P01 – 32,6%; P06 – 21,1%; P08 – 23,9%; P10 – 20,5), ale też specjaliści, przede wszystkim do spraw osobowych (P01 – 14,7%; P06 – 28,8%; P08 – 26,7%; P10 – 12,8%), i pozostali pracownicy, w tym administracyjni, biurowi (P01 – 16,1%; P06 – 16,5%; P08 – 20,7%; P10 – 20,5%). Należałoby więc ich określać mianem *przedstawicieli pracodawców*, którzy w procesie badań pełnią rolę „informerów”. W celu uporządkowania tej kwestii trzeba zaznaczyć, że pojęcie *pracodawca* będzie tu używane w ogólnym rozumieniu, w odniesieniu do funkcji zatrudniania (dawania pracy), co bardziej odpowiada kategorii *zakładu pracy*. Ze względu na fakt, że jednostkami doboru prób były zróżnicowane podmioty gospodarki, w toku analizy ich cech pojawia się zamiennie skrótowe wyrażenie *firma*<sup>27</sup>.

Problem obiektu badania i jednostek analizy ma wielowymiarowe konsekwencje, w tym na etapie opisu wyników i formułowania wniosków. Warto zauważyć, że we wszystkich edycjach przedstawianych tu badań cecha *stanowisko pracy* respondenta była powiązana ze zmiennymi *wielkość podmiotu gospodarki* czy *forma własności* (tab. 1) – im mniejsza firma, tym większe prawdopodobieństwo udziału właścicieli czy osób z zarządu kierujących całą jednostką; średnie i większe firmy reprezentowali głównie specjaliści i kierownicy działów personalnych. Układ tych zmiennych okazał się też istotny w toku analizy wyjaśniającej, nie tylko w przypadku pytań o opinie, ale też o wiedzę. Analiza zależności między cechami respondentów wykazała też znaną z badań rynku pracy regułę: im wyższe stanowiska pracy, tym większy udział mężczyzn. W trzech edycjach badań funkcje kierownicze częściej pełnili mężczyźni: P06 – 74,6%; P08 – 70,7%; P10 73,1%<sup>28</sup>. W przypadku kobiet wielkości te wyniosły odpowiednio 45,5%, 43,3%, 62,1%. Największe różnice dotyczyły najwyższej kadry kierowniczej, gdzie proporcje kobiet i mężczyzn kształtowały się jak 1:2 (2006, 2008). Zaobserwowano też udział zmiennych *pleć* i *stanowisko pracy* w dyferencjacji opinii na temat rynku pracy i wartości kwalifikacji zawodowych pracowników, który utrzymywał się nawet po zastosowaniu zmiennych kontrolnych (cechy firm). Zatem chociaż to zdarzenia w firmach i ich właściwości stanowiły główną część przedmiotu badań oraz obszar pozyskiwania informacji, to cechy i doświadczenia respondentów istotnie kształtowały przekaz.

<sup>27</sup> W literaturze przedmiotu pojęcia *przedsiębiorstwo* i *firma* używane są w wielu zakresach zamiennie, a niekiedy rozszerza się to na wszystkie podmioty (w tym na instytucje typu *non profit*).

<sup>28</sup> W I edycji z 2001 r. nie mierzono cechy *pleć* respondenta.

Tabela 1. Stanowisko pracy respondenta według zmiennych: wielkość podmiotu i płeć – Pracodawcy (dane w %)

<b>Wielkość podmiotu gospodarki a stanowisko pracy*</b>				
<b>Kategorie</b>	<b>Pozostali</b>	<b>Specjaliści</b>	<b>Kierownicy</b>	<b>Zarząd, właściciele</b>
2001 (N = 371; $\chi^2 = 55,69$ ; $df = 6$ ; $R = -0,27$ ; $p < 0,001$ )				
Małe	15,3	7,9	24,7	52,1
Średnie	17,9	22,1	36,5	23,5
Duże	11,1	22,2	61,1	5,6
2006 (N = 583; $\chi^2 = 46,40$ ; $df = 6$ ; $R = -0,20$ ; $p < 0,001$ )				
Małe	15,4	22,0	18,9	43,7
Średnie	17,6	37,2	19,5	25,7
Duże	18,2	34,5	40,0	7,3
2008 (N = 247; $\chi^2 = 27,68$ ; $df = 6$ ; $R = -0,18$ ; $p < 0,001$ )				
Małe	22,1	15,2	26,2	36,5
Średnie	18,4	44,8	18,4	18,4
Duże	19,2	42,3	23,1	15,4
<b>Struktura stanowisk według cechy płeć</b>				
<b>Kategorie</b>	<b>Pozostali</b>	<b>Specjaliści</b>	<b>Kierownicy</b>	<b>Zarząd, właściciele</b>
2006 (N = 563; $\chi^2 = 54,33$ ; $df = 3$ ; $C = 0,30$ ; $V = 0,31$ ; $p < 0,001$ )				
Kobiety	19,0	35,8	20,6	24,6
Mężczyźni	10,6	14,8	21,7	52,9
2008 (N = 225; $\chi^2 = 20,29$ ; $df = 3$ ; $C = 0,29$ ; $V = 0,30$ ; $p < 0,001$ )				
Kobiety	23,1	33,5	21,7	21,7
Mężczyźni	18,3	11,0	26,8	43,9
2010 (N = 154; $\chi^2 = 8,70$ ; $df = 3$ ; $C = 0,23$ ; $V = 0,24$ ; $p < 0,05$ )				
Kobiety	27,6	10,4	21,8	40,2
Mężczyźni	10,5	16,4	17,9	55,2

Uwaga! Podano współczynniki  $R$  Spearmana,  $C$  Pearsona,  $V$  Cramera.

\* W 2010 r. brak istotnej statystycznie zależności między zmiennymi.

Źródło: Badania i opracowanie własne

## WYBRANE CZYNNIKI FORMOWANIA ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW

Przeprowadzona analiza wielozmiennowa dowiodła, że oceny przygotowania do pracy specjalistów i absolwentów szkół wyższych oraz opisane działa-

nia pracodawców są niespójne. Na przykład ceniono aspekty przedmiotowego wykształcenia odebranego w uczelniach, ale podkreślano priorytet umiejętności praktycznych i doświadczenia. Wyższe wykształcenie kojarzono głównie z wiedzą skodyfikowaną, którą uznano za niewystarczającą do zatrudnienia na stanowisku specjalisty. Jednakże w opisach procedur rekrutacji dominowały działania skierowane na zapoznanie się z dokumentacją i zasadami autoprezentacji, natomiast nie wykorzystywano narzędzi testowania umiejętności zawodowych. Problemy związane z bezrobociem osób z wyższym wykształceniem lokowano na poziomie czynników systemowych i instytucjonalnych. Pod tym względem wypowiedzi badanych ze strony pracodawców i studentów są zgodne – trudności w znalezieniu pracy na rynku wynikają głównie z braku wolnych miejsc. Różnice opinii ujawniają się w zakresie postrzegania zachowań drugiej strony wymiany rynkowej. Przedstawiciele pracodawców wskazywali nieodpowiednie postawy kandydatów, niedobór kwalifikacji, umiejętności praktycznych i doświadczenia zawodowego. Zdaniem młodzieży to pracodawcy oferują nieatrakcyjne warunki zatrudnienia i stosują nietransparentne, a nawet nieetyczne zasady naboru kadr.

Tabela 2. Przyczyny bezrobocia osób z wyższym wykształceniem – zestawienie porównawcze (dane w %)

Kategorie	Studenci	Pracodawcy			
	2001	2001	2006	2008	2010
	N = 1130	N = 402	N = 592	N = 247	N = 164
Za mała liczba miejsc pracy w stosunku do chętnych	74,2	84,3	76,3	46,6	50,6
Nadmierne oczekiwania co do przyszłej pracy (np. płacowe)	22,4	42,8	30,1	47,4	51,2
Mała aktywność w poszukiwaniu pracy	28,2	29,6	22,5	32,4	28,7
Oferowanie przez pracodawców niekorzystnych warunków pracy	33,6	29,1	24,3	28,3	25,0
Zbyt niskie kwalifikacje zawodowe	23,4	21,9	18,7	23,9	26,2
Inne	3,5	6,2	3,9	2,8	4,3
Brak chęci do pracy	6,4	5,0	9,3	10,9	15,2
Łatwość otrzymania zasiłku i za duża jego wysokość	1,7	4,5	2,4	4,0	4,3
Brak stażu pracy	*	*	30,1	31,6	32,9

Uwaga! Dane w kolumnach nie sumują się do 100%, ponieważ można było wskazać do trzech kategorii odpowiedzi.

\*Kategoria nie wystąpiła w pytaniu

Źródło: Badania i opracowanie własne

Absolwenci uczelni są postrzegani jako beneficjenci błędów systemowych w polityce społeczno-ekonomicznej i edukacji, co wydaje się sprzyjać łagodzeniu stanowiska przedstawicieli pracodawców. Zdecydowaną krytykę kierowano na nieprzygotowanie do podjęcia pracy, ale za przyczynę uznawano nieodpowiednią strukturę i treści programów kształcenia w uczelniach oraz brak instrumentów prozatrudnieniowych. Co istotne, kwestia wchodzenia absolwentów na rynek pracy została też określona jako problem pracodawców z powodu licznych obciążeń organizacyjnych, finansowych i społecznych. Skłonienie respondentów do wieloaspektowego oglądu zagadnienia poprzez formę pytania kwestionariuszowego spowodowało, że zdecydowana większość z nich (80%) dostrzegła nie tylko negatywne, ale i pozytywne aspekty zatrudniania absolwentów (tab. 3). Jednakże dowartościowano „kapitał młodości”, kwalifikacje tzw. miękkie i postawy, dyspozycje. Natomiast i w tym ujęciu podkreślano brak doświadczenia czy stażu, niedobory umiejętności wykonywania zadań i niedostosowanie posiadanego wykształcenia (formalnego) do wymogów miejsc pracy.

Tabela 3. Ocena konsekwencji zatrudniania absolwentów uczelni – Pracodawcy (dane w %)

Kategorie	2001	2006	2008	2010
Korzyści	N = 285	N = 487	N = 192	N = 132
Motywacja do pracy i podwyższania kwalifikacji	22,1	35,7	40,6	47,7
Odpowiednie cechy charakteru i dyspozycje	25,3	33,5	27,1	22,7
Wysokie wykształcenie	18,2	27,3	25,0	16,7
Umiejętność dostosowania się, wdrożenia	25,6	24,6	19,8	20,4
Wady	N = 316	N = 501	N = 192	N = 130
Brak doświadczenia, praktyki, stażu	85,1	85,6	83,3	76,9
Obciążenie dla firmy (koszty, przyuczenie do pracy)	*	8,8	10,4	8,5
Trudności adaptacyjne, nieprzystawalność do realiów firmy	1,0	9,4	7,3	3,9

Uwaga! Było to dwuczłonowe pytanie otwarte (korzyści i wady), utworzono dwie zmienne. Procenty nie sumują się do 100, ponieważ można było podać kilka argumentów; tabela zawiera tylko najczęściej wymieniane.

Źródło: Badania i opracowanie własne

Analiza wypowiedzi dowiodła, że najbardziej cenione są te cechy, które mogą być ukształtowane czy udoskonalone dopiero w trakcie wykonywania pracy, ale sytuację pracodawców zdefiniowano w kategoriach odbiorców efektów edukacji. W rezultacie porównanie profili oczekiwań i działań kadrowych ponownie wykazuje niespójność. Tylko część osób deklarowała, że w ciągu ostatnich dwóch lat przyjmowano do pracy młodzież tuż po ukończeniu przez nią studiów

(ponad 40%). Stosunkowo rzadko stosowano działania celowe, wspomagające wejście młodych ludzi na rynek pracy. Najczęściej były to staże absolwenckie, współpraca z biurami pośrednictwa pracy i korzystanie z prac interwencyjnych. Nie przejawiano większej inicjatywy w zakresie współpracy między sferą gospodarki i edukacji. Podmioty podejmujące współdziałanie z uczelniami należały do mniejszości (20%), zwłaszcza w dziedzinie przygotowania specjalizacyjnego, zleceń badań czy ekspertyz (mniej niż 10%). Schemat zatrudniania absolwentów był oparty na umowach zawieranych głównie na okres próbny lub czas określony, a wśród oferowanych stanowisk przeważały niskie funkcje typu: stażysta, referent. Korzystne zmiany perspektyw zawodowych młodych ludzi łączono ze zwiększeniem ich umiejętności praktycznych, głównie za sprawą modernizacji programów kształcenia, wzrostu aktywności samych zainteresowanych, ich komunikatywności i samodzielności działania<sup>29</sup>. Jednakże przeważały opinie, że poprawa sytuacji zatrudnienia absolwentów uczelni w stosunkowo niewielkim stopniu zależy od cech, które młodzi ludzie mogą wypracować sami. Konsekwentnie więc zadania zapewnienia pracy osobom bezrobotnym zdecydowanie częściej adresowano do rządu i polityki społeczno-ekonomicznej (P01 – 84,8%; P06 – 88,2%; P08 – 78,9%; P10 – 71,5%) niż do pracodawców (P01 – 30,4%; P06 – 47,3%; P08 – 42,3%; P10 – 32,3%) czy samych bezrobotnych (P01 – 14,0%; P06 – 34,7%; P08 – 43,5%; P10 – 59,5%)<sup>30</sup>.

Podane informacje wymagają, rzecz jasna, rozszerzenia interpretacji. Jednak w tym miejscu kluczowe jest zwrócenie uwagi na powiązanie reguł predykcji z cechami respondenta. Kadra zarządzająca (właściciele firm, dyrektorzy i kierownicy) częściej niż inni podkreślała konieczność wprowadzenia zmian w programach nauczania, przyjmując za główne kryteria potrzeby firm i rynku pracy. Jakkolwiek w ogólnym ujęciu większość badanych ceniła umiejętności praktyczne, to najwyższa frekwencja tych wypowiedzi wystąpiła wśród kierowników i pozostałych przedstawicieli pracodawców, którzy prawdopodobnie częściej uczestniczyli w ich weryfikacji (działy personalne). W badaniach poziomu kwalifikacji osób z wyższym wykształceniem warto zwrócić uwagę na wypowiedzi specjalistów. Ta kategoria respondentów stawiała na czynniki systemowe, na zmianę przepisów dotyczących zatrudnienia (zmniejszenie kosztów pracy) i na poprawę sytuacji gospodarczej w kraju. Sytuacja pracy respondenta, szczegó-

<sup>29</sup> Pytanie otwarte: „Co – Państwa zdaniem – zwiększyłyby szanse absolwentów uczelni na zatrudnienie?”. Wymieniano głównie: umiejętności praktyczne, praktyki zawodowe, staże, specjalistyczne uprawnienia (P01 – 30,4%; P06 – 47,2%; P08 – 65,3%; P10 – 48,5%); poprawę sytuacji gospodarczej w kraju, zmianę polityki (P01 – 8,5%; P06 – 35,0%; P08 – 17,1%; P10 – 11,9%); zmianę systemu kształcenia i programów studiów, wprowadzenie specjalizacji potrzebnych na rynku pracy (P01 – 16,6%; P06 – 14,5%; P08 – 16,1%; P10 – 19,4%).

<sup>30</sup> Wysoki odsetek wskazań na bezrobotnych w 2010 r. można łączyć ze strukturą respondentów, wśród których przeważali mikroprzedsiębiorcy (samodzielną budowa miejsca pracy, nierzadko w celu wyjścia z bezrobocia).

nie zakres autonomii stanowiska pracy i udział w zarządzaniu firmą, wyraźnie kształtuje formowane oceny. Stanowisko pracy jest zatem wskaźnikiem syndromu cech i pełni funkcję jednej z kluczowych zmiennych wyjaśniających, w tym determinuje relacje na temat procedur kadrowych, wymagań wobec kandydatów do zatrudnienia i związków firm z otoczeniem instytucjonalnym. Wiele też wskazuje na przenoszenie osobistych doświadczeń i poglądów na postrzeganie sytuacji absolwentów na rynku pracy. Jak wynika z analizy, im niższe stanowisko pracy, tym mniejszy udział dostrzegania problemów wynikających z nieprzygotowania zawodowego, a większy czynników zewnętrznych, głównie o charakterze systemowym. Wzmocnieniu tej argumentacji służy kolejna reguła, że to specjaliści – w roli respondentów – podkreślali znaczenie niekorzystnych warunków zatrudnienia, w tym ofert pracodawców, za przyczynę braku pracy wśród osób z wyższym wykształceniem.

Wnioski płynące z analizy badań pracodawców prowadzą do kilku istotnych konkluzji. Po pierwsze, dla porządku działania ważny jest cel wykorzystania informacji i kontekst interpretacyjny. Szczególnie dyskusyjny jest traktowanie wyników tego rodzaju badań wybiórczo i instrumentalnie. Warto zauważyć, że obserwowane schematy myślenia, ujawnione w wypowiedziach osób reprezentujących różne kategorie przedstawicieli pracodawców i różne podmioty gospodarki, można uznać za przejaw podzielanych w społeczeństwie podstaw wartościowania wyższego wykształcenia i funkcjonowania w określonych realiach rynku pracy w Polsce<sup>31</sup>. Implikuje to drugi argument – zakresu uwzględnianych determinant przekazu. Odpowiedzi te poprzedza „czyjaś” decyzja i „ktoś” nadaje im „znaczenie”. Nie jest to neutralnie i konwencjonalnie traktowany „pracodawca”, ale konkretni ludzie. Po trzecie, modele deklarowanych przekonań ulegają utrwaleniu<sup>32</sup>, ponieważ brakuje możliwości ich realizacji i oceny na podstawie doświadczeń społecznych, a warunki rynku nie dają możliwości ich demitologizacji. Te swoiste kalki opisu rzeczywistości społecznej w jakimś stopniu stanowią też efekt zastosowanych narzędzi pomiaru. Jednakże te fasady są podtrzymywane przez samych respondentów, pojawiają się bowiem także w odpowiedziach na pytania otwarte<sup>33</sup>. Być może daje to poczucie bezpieczeństwa w sytuacji „ukrywania” niepopular-

<sup>31</sup> To i następne ogólne sformułowania autorka opiera na szczegółowych analizach wyników kilkunastu projektów badań własnych, w których zastosowano podobne lub identyczne wskaźniki.

<sup>32</sup> Wiele wskazuje na funkcjonowanie utrwalonych społecznie zasad postrzegania wartości kwalifikacji zawodowych, ponieważ podstawowe mechanizmy formowania opinii, w tym na temat absolwentów uczelni, okazały się stałe pomimo upływu lat i zmian warunków społeczno-gospodarczych w otoczeniu firm.

<sup>33</sup> Do respondentów skierowano m.in. pytania otwarte dotyczące: wad i korzyści zatrudniania absolwentów uczelni, czynników poprawy sytuacji na rynku pracy, współpracy z uczelniami i instytucjami pośrednictwa pracy, oczekiwań wobec tych instytucji, poszukiwanych rodzajów wykształcenia i zawodów. Uzyskano ogólnikowe odpowiedzi, a odsetek braków odpowiedzi przekraczał nawet 30%.



nych społecznie prawd i przekazywania złych wieści w konfrontacji ze studentami. Niezależnie od przyczyn, czy są nimi potrzeby kreowania wizerunku firm, nienarażania się przełożonym, postawa asekuracji i brak otwartego nazywania problemów społecznych, to stanowisko zaprezentowane w badaniach nie wychodzi spektakularnie poza dostępne obszary wiedzy wspólnej<sup>34</sup>. Dotyczy to negatywnego postrzegania warunków gospodarczych w Polsce, prowadzonej polityki społeczno-ekonomicznej państwa i działań kolejnych rządów, ogólnikowych wypowiedzi o niedostosowaniu działań szkół wyższych do potrzeb rynku pracy i konieczności wzrostu aktywności osób poszukujących pracy, które powinny wybierać kierunki studiów „potrzebne na rynku pracy”. Po czwarte, sam przedmiot badań jest złożony, a problemów informacyjnych nie udaje się przełamać, nawet stosując złożone procedury typu monitoring zawodów deficytowych i nadwyżkowych (MZDiN). Zresztą efekty wdrożenia wyników ujawniają się zazwyczaj po kilku latach, często już w innych warunkach rynku pracy. Może to prowokować pytania o wartość poznawczą badań i o ich wartość społeczną.

#### PRACODAWCY I ICH DZIAŁANIA Z PERSPEKTYWY STUDENTÓW

Badania wykonane wśród studentów ponad dekadę temu wskazywały na dominację orientacji merytokratycznych. Jednak obserwowana rzeczywistość tylko częściowo spełniała ich oczekiwania dotyczące korzystnego wpływu wyższego wykształcenia na sytuację zawodową (tab. 4). Wskaźniki ilustrują uformowanie się dualnej wizji porządku społecznego, w którym wykształcenie, poszukiwany zawód i dobrze wykonywana praca mają negatywną konkurencję w postaci wadliwego systemu prawnego, nieuczciwych działań, wykorzystywania protekcji i układów<sup>35</sup>. Pracodawców postrzegano jako stronę dyktującą rozbudowane kryteria doboru pracowników, które nie wynikają z potrzeb prowadzonej działalności usługowej czy produkcyjnej, ale z tworzenia barier dostępu do miejsc pracy.

Tabela 4. Czynniki sukcesu na rynku pracy – Studenci (dane w %)

Czynniki dobrego miejsca pracy	1998	2001	Sposoby poszukiwania pracy	1998	2001
	N = 837	N = 2273		N = 830	N = 2271
Układy, znajomości	53,9	50,3	Układy, pomoc wpływowych osób	70,1	74,0

<sup>34</sup> Chodzi tu głównie o odpowiedzi na pytania otwarte.

<sup>35</sup> Z badań studentów UMCS wykonanych w 2011 r. wynika, że opinie te są wciąż aktualne. Największe znaczenie w osiągnięciu sukcesu zawodowego przypisano czynnikom typu: zaradność życiowa, spryt i umiejętność ustawienia się (58,8%); znajomości, układy (58,1%); wysokie wykształcenie (39,1%); N = 764. Autorem tych badań jest T. Paklepa (Instytut Socjologii UMCS).

Duże doświadczenie zawodowe	34,3	39,1	Samodzielne nawiązywanie kontaktów z firmami	58,7	51,9
Posiadanie poszukiwanego zawodu	28,1	33,4	Informacje od znajomych czy rodziny	49,4	48,7
Dyspozycyjność	37,0	30,6	Ogłoszenia w prasie	34,0	29,0
Młody wiek	19,1	27,3	Ogłoszenia w Internecie	8,8	15,6
Wysokie wykształcenie	32,5	23,9	Pośrednictwo instytucji, typu biura karier	11,3	15,0
Atrakcyjna aparycja	18,5	21,1			
Kursy, szkolenia	17,1	15,6			
Zdolności, talent w jakiejś dziedzinie	25,2	14,3			

Uwaga! Dane w kolumnach nie sumują się do 100%, ponieważ można było wskazać do trzech kategorii odpowiedzi. Tabela prezentuje odpowiedzi na dwa pytania i zawiera tylko najczęściej wskazywane kategorie.

Źródło: Badania i opracowanie własne

Założono więc, że studenci-ankieterzy przystępowali do pracy z jakimś nastawieniem do projektu badawczego i jego realizacji, własnej w nim roli i powierzonych zadań, ale również wobec zjawisk objętych przedmiotem badań. Powstaje pytanie, w jakim stopniu postawy te ujawniły się w czasie wykonywania badań wśród pracodawców? W literaturze wskazuje się, że proces zbierania danych w badaniach prowadzonych na relatywnie dużych próbach, przy udziale wielu ankieterów, pozostaje w zasadzie poza kontrolą badacza. O ile może on ocenić sytuację projektowania badań, o tyle sytuacja spotkania ankietera z respondentem jest niepowtarzalna, często jednorazowa, a zniekształcenia powstające na tym etapie są już nie do skorygowania<sup>36</sup>. Jakość pracy ankieterów jest ważnym elementem, chociaż nie musi jednoznacznie przesądzać o jakości zebranego materiału<sup>37</sup>. Zatem ocena materiału powinna być wielokryterialna. W przedmiotowych badaniach pracodawców z lubelskiego zastosowano m.in. kontrolę pracy w terenie, analizę zależności między zmiennymi, w tym śródkorelacje w zbiorach zmiennych i analizę zależności pozornych<sup>38</sup>, sprawdzano spójność wewnętrzną informa-

<sup>36</sup> F. Sztabiński, *Kontrola w badaniach surveyowych: ocena pracy ankieterów czy ocena wartości uzyskanych materiałów?*, [w:] H. Domański, K. Lutyńska, A.W. Rostocki (red.), *op. cit.*, s. 72.

<sup>37</sup> Funkcje kontroli pracy ankieterów i jakości materiału empirycznego przedstawia F. Sztabiński (*ibidem*).

<sup>38</sup> W literaturze podkreśla się, że potrzeba precyzji prowadzenia testów i dowodzenia racji skłania do zastosowania zmiennych kontrolnych w celu sprawdzenia, czy obserwowane powiązanie zmiennych nie jest związkiem pozornym. Związek ten ma charakter związku empirycznego, ale można go wyjaśnić za pomocą innych zmiennych niż te, które zastosowano w hipotezie badawczej.

cji zawartych w kwestionariuszach i „logikę” udzielanych odpowiedzi. Jednakże kolejne edycje badań realizowano w ciągu dekady w kontekście zmieniających się warunków rynku pracy i sytuacji absolwentów uczelni. Wykonywało je kilka licznych roczników studentów socjologii, trybu stacjonarnego i niestacjonarnego, różniących się strukturą cech społeczno-demograficznych, doświadczeniami na rynku pracy, przekonaniami i zachowaniami. Stwarza to możliwości wystąpienia trudnych do identyfikacji błędów. W celu standaryzacji sytuacji zbierania danych zastosowano narzędzia typu „Instrukcje dla ankieterów” i szkolenia. Na poszczególnych etapach realizacji projektów ważną rolę odgrywało także przygotowanie studentów wynikające z programu odbywanych studiów<sup>39</sup>.

Analiza *ex post* wykonania zadań wykazała, że obie strony – ankieterzy i respondenci – nie zawsze wywiązywali się ze swojej roli rzetelnie. Część materiału posiadała niską wartość i została odrzucona (np. w kwestionariuszach wystąpiły duże braki odpowiedzi, ankieterzy nie podali koniecznych do ewidencji danych, efekty kontroli wzbudzały wątpliwość co do faktycznego autorstwa odpowiedzi i miejsca ich pozyskania). Jednak sam proces realizacji badań w terenie był też ograniczony warunkami narzuconymi w podmiotach gospodarki. Sytuacje, z którymi spotykali się studenci-ankieterzy były zróżnicowane, konieczne było podejmowanie trudnych decyzji, ich role wymagały dużego zaangażowania, pracy i cierpliwości, w tym prezentowania celów badań i budowania zaufania do wykonującej je instytucji, pozyskiwania akceptacji wielu osób na różnych szczeblach hierarchii organizacyjnej, wyjaśniania zawartości narzędzi badawczych. Otrzymanie materiału nierzadko oznaczało kilkunastokrotne wizytowanie firm, ponawianie kontaktów. Praca nie była też łatwa ze względów formalnych. W czasie wszystkich edycji badań część firm (przedstawicieli) potwierdzała udział w badaniach w postaci firmowych pieczętek na kwestionariuszach lub na kartach ankietera oraz danych do kontaktu i kontroli. Inni natomiast odmawiali podawania informacji, a nawet zobowiązywali ankietera do tajemnicy, co powodowało kłopoty zaliczenia pracy. Problematyczne były braki odpowiedzi na wiele pytań, gdy łączyło się to z identyfikacją firmy czy respondenta<sup>40</sup>. Wreszcie poważną trudnością były tak odmowy kategoryczne udziału w badaniach, jak i nie wprost (np. zgoda i umawianie się na realizację, ale niedotrzymywanie terminu, zagubienie ankiety, zaprzestanie kontaktów i nieodbieranie telefonów).

---

Zob. Ch. Frankfort-Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zysk i S-ka Wydawnictwo s.c., Poznań 2001, s. 72.

<sup>39</sup> Program studiów obejmował wykłady i konwersatoria z zakresu metodologii badań społecznych, metod i technik zbierania danych, przygotowania i realizacji projektów badawczych (łącznie 270 godzin zajęć).

<sup>40</sup> Chodzi o oczekiwanie absolutnej anonimowości, bez możliwości określenia wielu cech firmy przez badacza.

Na podstawie dokonanych przez ankietatorów opisów sytuacji (edycje z lat 2006 i 2008) można wyodrębnić kilka podstawowych typów reakcji na badania. Typologia została oparta na dominancie wskazanej przez ankietera, co tworzy swoiste kontinuum.

Typ 1a. Pozytywny – ogólny. Podstawą wyróżnienia była reakcja na prośbę udziału w badaniach i przebieg procesu zbierania danych. Wypis<sup>41</sup>: pozytywna reakcja; dobre przyjęcie ankiety; brak problemów przy przeprowadzaniu badania; sprawnie i bez komplikacji; ankieta przyjęta bez żadnego problemu i szybko wypełniona; brak kłopotów z wypełnieniem; badanie przebiegło sprawnie; natychmiastowa zgoda na badania, bez potrzeby wyjaśnień; ankieta przyjęta chętnie; żadnych negatywnych uwag; badanie przebiegło bez zastrzeżeń.

Typ 1b. Pozytywny – zainteresowanie badaniami. Wypis: dostrzeganie korzyści z badań, zainteresowanie raportem; zainteresowanie badaniami i studiami ankietera; zainteresowanie, chęć współpracy; duże zainteresowanie ankietą; pytania „na czym polegają badania”; „respondent wypytywał dokładnie o cel ankiety”.

Typ 2. Pozytywny – relacje społeczne. Został on określony przez odwołanie się do postaw respondentów, w tym skierowanych na osobę ankietera-studenta i reprezentowaną przez niego instytucję – uczelnię. Wypis: pozytywna reakcja, zrozumienie okazane przez respondenta; otwartość i zainteresowanie; chętny udział w badaniach; chęć współpracy i dobre wywiązanie się z zadania; miła współpraca; miłe zaskoczenie, miła atmosfera; przyjazna i fachowa atmosfera; dobry odbiór, profesjonalne podejście do badania; dobra współpraca; dobry odbiór, szybko i rzetelnie; ankieta wypełniona „od ręki”, w miłej atmosferze; uprzejmość, chęć pomocy (studentowi); pozytywna reakcja i chęć pomocy (student – studentowi); zainteresowanie studiami ankietera; na wiadomość, że to ankieta do celów UMCS – przyjęcie z chęcią; przyjęcie bez problemu, ponieważ respondent był absolwentem UMCS. Do tego zakresu można włączyć reakcje oparte na kontaktach koleżeńskich i zawodowych ankietera. Wypis: korzyści z doboru dogodnego (znajomość kierownictwa, bardzo dobry odbiór); ankietier jest pracownikiem, więc bez problemu uzyskał zgodę na badania; dobór – doświadczenie zawodowe ankietera, korzystanie z kontaktów osobistych; blisko miejsca zamieszkania, więc miłe przyjęcie; dobry odbiór, dobór dogodny przez znajomych.

Typ 3. Aktywny – wyodrębniony na podstawie zachowań respondenta w sytuacji udzielania odpowiedzi. Wypis: ankieta była wypełniona z pomocą ankietera; poproszono o podziękowanie na piśmie; respondent był mało zdecydowany, wymagał pomocy i dodatkowych instrukcji; respondent dużo mówił, uzasadniał, co pisze, chciał rozmawiać; respondent oczekiwał od ankietera prowadzenia badania; ankietę wypełniono chętnie, choć na niektóre pytania nie udzielono odpowiedzi. Uzupełnieniem tego typu było ukierunkowanie na ocenę narzędzia ba-

<sup>41</sup> Podano po kilka przykładowych wypisów ze sprawozdań, zachowując sformułowania ankietatorów.

dawczego. Wypis: respondent stwierdził, że ankieta jest zbyt długa; stwierdzono, że pytania są tendencyjne i powtarzają się; kwestionariusz nie sprawił problemów; respondent miał odczucie, że pytania są raczej skierowane do firm prywatnych; niektóre pytania niezrozumiałe dla respondenta; podejrzenia co do zasadności podawania stanowiska – brak tej odpowiedzi; dyrektor stwierdził, że taką ankietę już wypełniali, ale ta jest lepsza; brak zrozumienia pytań, ale chęć współpracy; respondent przestraszył się dużej liczby pytań; uznanie, że jest za dużo pytań, zwłaszcza otwartych.

Typ 4. Ambiwalentny – początkowe obawy i nieufność, a następnie udana współpraca. Wypis: początkowo niechętna reakcja; początkowy opór, po namowieniu – wypełnienie; niechęć, ale na wiadomość, że jest to potrzebne do zaliczenia, osoba zgodziła się; początkowa nieufność, lecz ostatecznie zgoda na uczestnictwo; respondent był zdziwiony propozycją realizacji badań, po zapoznaniu z celem badań respondent chętnie zgodził się na badania.

Typ 5. Sceptyczny, nieufny. Wypis: niechęć do udziału, opór, obawy o ujawnienie informacji; firma prosiła o tajność badania; respondent nie wyraził zgody na podanie jakichkolwiek informacji o sobie; sceptyczne nastawienie, zgoda pod wpływem nacisków, opór kadrowej; odmowa podania kontaktu telefonicznego; sceptyczne podejście do udziału w badaniach; niechęć ujawniania danych, prośba o zachowanie tajemnicy; troska o anonimowość i wyniki; początkowa obawa i niechęć do podania nazwy firmy mimo zapewnień o poufności; obawa o dane, konieczna akceptacja dyrekcji; nieufność, zastrzeżenia; początkowe obawy o dane finansowe, potem zgoda, ale respondent nierzetelny; opór, pomimo zgody przełożonych, i brak wiedzy; obawa, ostrożność.

Typ 6. Dopelnieniem kontinuum typu sceptycznego była negatywna reakcja. Wypis: niechętnie przyjęcie; zły odbiór, same problemy; niechęć i podejrzliwość; bardzo niechętna zgoda; niechęć do wypełniania ankiety; niechętnie przyjęcie, że to bzdura; trudna współpraca.

Typ 7. Formalny. Wypis: poprawny przebieg, potrzebna zgoda dyrekcji, uznano, że dużo pytań; firma prosiła o tajność danych, ale respondent odniósł się pozytywnie; formalna atmosfera w czasie badania; prośba o okazanie legitymacji studenckiej; konieczność okazania zaświadczenia z uczelni; dobry odbiór, konieczna akceptacja dyrekcji, formalizm; sprawdzenie zaświadczenia z UMCS.

Typ 8. Problemy realizacji (w tym: techniczne, nierzetelność). Wypis: opuszczanie pytań, brak staranności, nieterminowość; brak informacji o firmie; bardzo dużo braków odpowiedzi, zwłaszcza w pytaniach otwartych; braki odpowiedzi, brak możliwości ich uzupełnienia; brak informacji o płci i stanowisku osoby uzupełniającej ankietę; długie oczekiwanie na zwrot ankiety, opuszczone pytania; respondent nierzetelny, bez opisu osoby i firmy; ankieta wypełniona byle jak, do tego ołówkiem; „jest tak nabazgrołone, że z trudem cokolwiek odczytałem”; wypełniono bardzo nieczytelnie.

Pomimo wyodrębnionej typologii należy podkreślić, że współpraca i cechy uzyskanego materiału miały zróżnicowany charakter, trudny do jednoznacznej oceny. W wymiarze statystycznym w większości badanych firm proces realizacji przebiegał bez większych problemów i uwag (P06 – 34,7%; P08 – 47,2%) lub pozytywnie (P06 – 44,5%; P08 – 32,3%). Reakcje ambiwalentne, nieufne i negatywne<sup>42</sup> zanotowano w przypadku kilkunastu procent podmiotów. Jednak trzeba zaznaczyć, że obraz ten dotyczy wyłącznie podmiotów, w których udało się wykonać badania. Tam gdzie odmawiano udziału w najlepszym razie odbywało się to bez komentarzy („nie, bo nie”), ale zdarzały się też nieprzyjemne okoliczności. Studenci stawali się mimowolnymi adresatami przejawów pejoratywnego stosunku ludzi do rzeczywistości politycznej i ekonomicznej w Polsce, jak i do „niepotrzebnych inicjatyw, typu badania naukowe”. Warto o tym pamiętać, gdy rekomenduje się wzrost aktywności uczelni we współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym. Otwartość na współdziałanie wystąpiła głównie w większych podmiotach, zwłaszcza w instytucjach (tab. 5)<sup>43</sup>.

Tabela 5. Forma własności firm a reakcja na realizowane badania – Pracodawcy 2006 (dane w %)

Kategorie	Dobry odbiór	Neutralny, brak uwag	Pozostale (w tym problematyczne)
Forma własności (N = 596; $\chi^2 = 22,77$ ; $df = 4$ ; $V = 0,14$ ; $p < 0,001$ )			
Państwowa	56,9	29,8	13,3
Prywatna	38,5	43,4	18,1
Inne	60,0	29,1	10,9
Wielkość miejscowości (N = 591; $\chi^2 = 21,51$ ; $df = 4$ ; $V = 0,14$ ; $p < 0,001$ )			
Do 20 tys. mieszkańców	57,9	33,9	8,2
Pow. 20 tys. do 100 tys.	53,1	33,5	13,4
Powyżej 100 tys.	40,7	37,1	22,2

Uwaga! Podano współczynniki  $V$  Cramera.

Źródło: Badania i opracowanie własne

<sup>42</sup> Ankieterzy posiadali legitymacje studenckie, imienne zaświadczenia z uczelni o udziale w badaniach, zaświadczenia o aktualnym statusie studenta, co nie wyeliminowało sytuacji posądzania ich o nielegalne działania.

<sup>43</sup> Opisane typy reakcji i wskazane zależności trzeba oczywiście traktować z dużą dozą ostrożności, ponieważ na właściwość reakcja na realizowane badania miały wpływ cechy samych ankieterów, ich rzetelność, postrzeganie sytuacji badań i sposób opisu, a wartości tej zmiennej powstały z uogólnień.

Analiza jakościowa sposobu opisywania przebiegu badań przez studentów-ankieterów, a szerzej sytuacji społecznej badań, jak też dyskusje w grupach studenckich, potwierdziły specyficzny aspekt zjawiska określanego w metodologii badań mianem *efektu ankietera* czy *efektu ankieterskiego*. Obserwacje i analizy zachowań studentów-ankieterów wskazują, że wejście w rolę wymaga nie tylko dobrego przygotowania merytorycznego, ale i predyspozycji, co skutkuje niejednorodnością typów ankieterów<sup>44</sup>. I nie ma w tym spostrzeżeniu nic z odkrycia metodologicznego, gdyby nie fakt, że w toku analizy wyników badań społecznych kierowanych do pracodawców, czynniki powiązane z charakterem pozycji społecznych respondentów i ankieterów, relacji zachodzących między nimi są bardzo rzadko oceniane, a ich wpływ na rezultaty jest w zasadzie pomijany.

### PODSUMOWANIE

Zasadniczym celem artykułu była analiza wybranych czynników, które oddziałują na proces realizacji badań społecznych, a w konsekwencji na ich wartość poznawczą. Podstawowy materiał empiryczny to rezultaty czterech edycji projektu skierowanego na przestrzeni lat 2001–2010 do pracodawców z Lublina i z województwa lubelskiego. Kontekstowo wykorzystano rezultaty dwóch projektów wykonanych w latach 1998–2001 wśród studentów uczelni w Lublinie. Przedmiotem badań były cechy jakościowe zapotrzebowania na pracę osób z wyższym wykształceniem, zasady doboru nowych pracowników, ocena przygotowania zawodowego kandydatów do pracy i opinie na temat sytuacji absolwentów na rynku pracy. Założono, że tego rodzaju badania są specyficzne ze względu na społeczne znaczenie problematyki oraz możliwości aplikacji wyników w kształtowaniu polityki społeczno-ekonomicznej i edukacyjnej. Rozważania skoncentrowano na oddziaływaniu cech relacji wymiany między podmiotami na rynku pracy w sytuacji zbierania danych, gdy w roli respondentów występują przedstawiciele strony popytu na pracę, a w roli ankieterów studenci, potencjalni pracownicy. Ci ostatni byli reprezentantami instytucji kształcenia, których funkcjonowanie podlegało ewaluacji, a zarazem przedstawicielami osób poszukujących pracy, których zasoby również poddawano ocenie. Badania potrzeb pracodawców (zatrudnienie

<sup>44</sup> Zadaniem ankieterów było wykonanie kilkunastu ankiet lub wywiadów kwestionariuszowych. Rzadko zdarzało się, by poszczególne osoby gromadziły bardzo zróżnicowane doświadczenia dotyczące warunków pracy i reakcji respondentów. O ile jest to zrozumiałe w sytuacji, gdy ankieter sam dobiera respondentów do badań, o tyle w toku realizacji prób losowych wnioski nie są już tak jednoznaczne. Studenci mają na ogół albo dobre relacje zwrotne, spotykając się z relatywnie niewielką liczbą odmów udziału w badaniach, z pozytywnym nastawieniem i w miarę sprawnie wykonują zadania, albo jest to sytuacja, którą najlepiej oddaje wypowiedź ankietera: „same problemy”. Opozycyjne typy to „człowiek sukcesu” i „człowiek niepowodzenia”, ale oczywiście wystąpiły też typy pośrednie. Istotne znaczenie ma również zainteresowanie studiowaną dziedziną i realizowaniem badań empirycznych oraz obraz przyszłej pracy zawodowej.

odpowiadające oczekiwaniom pracownika) i studentów (przyszłe zatrudnienie odpowiadające oczekiwaniom pracowniczym) daje podstawę oglądu wartości wykształcenia w wymianie rynkowej, a jednocześnie pozwala wyodrębnić czynniki modelujące rezultaty badań. W tej przestrzeni ujawniają się własności recepcji sytuacji rynkowej i działań drugiej strony. Przeprowadzona wielowymiarowa analiza wykazała, że występuje zbiór czynników istotnych w procesie realizacji „badań pracodawców”, które można uznać za ich osobliwości.

Po pierwsze, są to konteksty budowy koncepcji badawczej i wypowiedzi respondentów, tak społeczno-kulturowe tradycje postrzegania wyższego wykształcenia, jak i sytuacja na rynku pracy. Ta ostatnia, która była przedmiotem szczególnych dociekań, oddziałuje w co najmniej dwóch płaszczyznach. Wyznacza warunki wymiany między stroną popytu na pracę i stroną podaży, co przekłada się na relacje, gdy przedstawiciele tych stron stają się dwiema stronami procesu zbierania danych. Można zaobserwować przejawy łagodzenia krytycznego stanowiska odnośnie nieprzygotowania absolwentów uczelni do wejścia na rynek pracy i do podejmowania pracy zawodowej. Wiele wskaźników pokazuje też mechanizm powielania funkcjonującej w społeczeństwie wiedzy wspólnej, dotyczącej problemów zatrudnienia i bezrobocia, jakości kształcenia i dopasowania systemu edukacji do potrzeb rynku. Analiza porównawcza wypowiedzi przedstawicieli pracodawców i studentów dowodzi zbieżności opinii zwłaszcza w zakresie percepcji sytuacji rynkowej i podmiotów odpowiedzialnych za rozwiązanie palących kwestii społecznych. Przekonania te okazały się powiązane z koncepcjami działań własnych na rynku pracy.

Po drugie, sytuacja badań społecznych realizowanych w podmiotach gospodarki skierowanych na pomiar ich właściwości, ale za pośrednictwem respondentów, jest szczególna. Zwłaszcza gdy pomiar dotyczy nie tylko cech intersubiektywnie sprawdzalnych, łatwo dostępnych obserwacji, ale też zmiennych charakteryzujących klimat społeczny związany z zatrudnianiem, jak i opinie na temat sytuacji pracy osób z wyższym wykształceniem. Posługiwanie się pojęciem *pracodawca* wymaga jednoznacznego zdefiniowania jednostek analizy, zasad doboru respondentów i opisu ich odpowiedzi. Respondentem jest konkretna osoba wraz ze zbiorem cech, posiadaną wiedzą, historią zawodową i historią pracy w danej firmie (zakładzie pracy). Analiza dowiodła, że wypowiedzi cechuje zróżnicowanie ze względu na zmienne charakteryzujące podmioty gospodarki, ale i samych respondentów, szczególnie ich pozycję społeczno-zawodową. Warto zauważyć, że w tego rodzaju badaniach wielu respondentów wypowiadających się „w imieniu podmiotów zatrudniających” to osoby zatrudnione w nich jako pracownicy najemni, co ma udział w kształtowaniu przekazu. Identyfikacja tych determinant jest istotna w procesie formułowania wniosków na temat własności popytu na pracę, a następnie aplikacji rezultatów badań.

Po trzecie, role pełnione na rynku pracy są nieobojętne w procesie zbierania danych, wpływają na zachowania respondentów i ankieterów, jak też na ich



subiektywne definicje sytuacji. Zarówno respondent, jak i ankieter nie stanowią neutralnych ogniw posługujących się narzędziami pomiarowymi, nawet w przypadku technik ankietowych. Respondent, przekazując dane „w imieniu pracodawcy”, nie jest tylko informatorem, przekaz ma intencje komunikacyjne. Jak już zaznaczono, cechy respondenta determinują treść udzielanych odpowiedzi, a cechy ankietera, w tym jego postawy, sposób wykonywania zadań.

Jednakże ostateczny bilans korzyści i aspektów problematycznych wypada pomimo wszystko dodatnio. Po pierwsze, opisane projekty posiadały wspólne podstawy teoretyczne i metodologiczne, zastosowano podobne techniki i replikację zbioru wskaźników. Umożliwiło to wieloaspektową analizę porównawczą w zakresie przedmiotu badań, zwrócenie uwagi na uwarunkowania sytuacji badawczej oraz pełnienia roli respondentów i ankieterów. Sprzyjało to wskazaniu „dobrych praktyk” metodologicznych, ale i społecznych, w celu doskonalenia strategii współpracy z firmami i reprezentującymi je respondentami.

Po drugie, fakt prowadzenia badań przez Instytut Socjologii UMCS i ich wykonywania przez studentów socjologii posiadał liczne wartości metodologiczne. Sprzyjał refleksji nad procesem przygotowania i realizacji badań, obserwacji metod w działaniu, wypracowywaniu procedur badawczych, technik i narzędzi pomiarowych.

Po trzecie, badania sygnowane przez uczelnię cieszą się zaufaniem społecznym, a sama instytucja i studenci pozyskujący wiedzę na temat roli wyższego wykształcenia na rynku pracy, legitymizują zasadność tego rodzaju badań i są traktowani jako gwaranci „czystości” intencji badawczych. Pomimo problemów w realizacji, szczególnie w zakresie pobranych prób, poziom wykonania był i tak relatywnie wysoki. Z treści sprawozdań z pracy w terenie wynika, że respondenci, skądinąd zachowawczy, a nawet krytyczni wobec treści i szczegółowości pytań kwestionariuszowych, wykazywali zrozumienie dla potrzeby pozyskania tej wiedzy. Akcentowali powiązanie własnej motywacji z faktem realizacji niekomercyjnego projektu przez uczelnię i studentów. W innych okolicznościach uznawaliby to za nieuzasadnione przekazywanie danych i ujawnianie informacji wewnętrznych firmy.

Po czwarte, badania pracodawców, podobnie jak wiele tego typu przedsięwzięć, skierowano do zróżnicowanych zbiorowości. Wymagało to ogólnego ujęcia problematyki i zastosowania uniwersalnych wskaźników, czego skutkiem jest mniejszy zakres danych i rekomendacji dla konkretnych odbiorców. Brak reprezentatywności i kategorycznego wpływu na wytypowanie respondentów osłabia możliwości ekstrapolacji wyników oraz ich aplikacji. Pomimo tego otrzymano interesujące informacje na temat właściwości jakościowych zapotrzebowania na pracę osób z wyższym wykształceniem i determinant zmian. Wyniki tego typu badań tworzą też ważny kontekst interpretacji zagregowanych danych pochodzących ze źródeł statystycznych.

Przeprowadzona analiza objęła tylko niektóre aspekty specyfiki badań pracodawców i czynników formujących proces ich realizacji. Przy tym w większym stopniu skoncentrowano się na stawianiu pytań i określaniu obszarów dyskusji niż na konkludowaniu. Nie ulega wątpliwości, że w warunkach permanentnej zmiany społecznej refleksja metodologiczna dotycząca stosowania wzorców normatywnych w badaniach surveyowych jest konieczna. Poza zainteresowaniem środowisk naukowych i badawczych może przyczynić się do ograniczenia kosztów społecznych i ekonomicznych błędnych decyzji, podejmowanych bezkrytycznie na podstawie badań empirycznych, niespełniających wymaganych standardów.

### SUMMARY

The basic aim of this article is the analysis of factors which shape the process of implementation of social research directed to employers; the subject of these studies are the characteristic of the demand for work of people with higher education. The assumption of the specificity of these kind of studies (social rank of their issues and abilities of application of acquired knowledge in social-economic and educational policies) is the starting point. However, the main place is occupied by relations of exchange between human subjects on the labour market, and considerations are concentrated on the importance of this context for the course of studies and achieved results. Representatives of employers and students participate in the research process in double roles. Relations that result from the fact of representing the part of the demand for work and supply (relation of value exchange) form one level; the other is the participation in studies (relation of information exchange). This implies a problem: to what extent the context shapes the way respondents and interviewers fulfill their roles, how the communication is created and definitions of situation are formed. Empirical studies conducted by the author in 1998 – 2010 in Lublin Province constitute the basic source material. The projects possessed convergent theoretical and methodological assumptions. The analysis corresponds with a current trend of empirical methodology and “good practice” in social studies.

**Keywords:** employers, students, labour market, sample survey, empirical methodology